

**ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА**

**КРАСОВСЬКА ОЛЕНА ЮРІЇВНА**

**УДК: 339.9:378**

**РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство  
і міжнародні економічні відносини

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

Дніпропетровськ – 2010

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Міністерства освіти і науки України.

**Науковий керівник:** академік АПН, доктор економічних наук, професор  
**Павленко Анатолій Федорович,**  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»  
Міністерства освіти і науки України,  
завідувач кафедри маркетингу,  
ректор.

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, професор  
**Каленюк Ірина Сергіївна,**  
Чернігівський державний інститут економіки і управління  
Міністерства освіти і науки України,  
ректор;

кандидат економічних наук,  
**Чамара Ірина Михайлівна,**  
Національний транспортний університет  
Міністерства освіти і науки України,  
доцент кафедри економіки.

Захист відбудеться «03» листопада 2010 р. о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 08.120.01 у Дніпропетровському університеті економіки та права за адресою: 49000, м. Дніпропетровськ, вул. Набережна Леніна, 18, зала засідань вченої ради.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Дніпропетровського університету економіки та права за адресою: 49000, м. Дніпропетровськ, вул. Набережна Леніна, 18.

Автореферат розісланий «\_\_\_» жовтня 2010 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради  
к. е. н., доцент

О. М. Зборовська

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Сучасне світове господарство розвивається в умовах динамізації глобалізаційних процесів. Суттєвими ознаками їх у сфері науки й освіти стають посилення ролі людини в економічному розвитку та масштабна міжнародна освітня інтеграція. Прогресивно орієнтований соціально-економічний розвиток країн створює сприятливі умови для ефективного функціонування підприємств сфери послуг вищої освіти. Їх стрімкий підйом впливає на фактори та інструменти конкурентної боротьби, що визначає необхідність широкого впровадження елементів маркетингу і застосування якісно нового підходу до управління національними системами вищої освіти.

Складовими цілей державної політики в освітній сфері є задоволення сучасних потреб особи в отриманні освітніх послуг та зростання ролі інтелектуального капіталу в світі. Відчутною стає необхідність збалансованої взаємодії різних елементів стратегічного управління системами вищої освіти країн з урахуванням впливу світового ринку освітніх послуг на обсяг та структуру національного попиту. У зв'язку з цим загострюється проблема формування відповідної системи маркетингового управління національними системами вищої освіти, яка забезпечуватиме необхідний рівень міжнародної конкурентоспроможності вищих навчальних закладів країни.

Постійне збільшення потреб в освітніх послугах та підвищення вимог до показників їх якості відбуваються під впливом формування нових якостей глобальної економічної системи – формування економіки знань. Зростання потреб у освітніх послугах, посилення конкурентної боротьби на світовому ринку вищої освіти вимагають обґрунтування науково-методичних підходів щодо розвитку світового ринку вищої освіти та вироблення практичних заходів для взаємодії суб'єктів ринку на основі взаємовигідних партнерських відносин.

Концептуальним засадам розвитку вищої освіти, питанням пов'язаним з управлінням системою вищої освіти та окремих ВНЗ в сучасних глобальних умовах присвячені праці багатьох зарубіжних та вітчизняних дослідників: Г. Беккера, В. Боброва, О. Голубенко, І. Жовтої, І. Каленюк, М. Квак, А. Колот, В. Кременя, О. Ляшенка, К. Метешкіна, Т. Морозової, Т. Оболенської, А. Павленка, Х. Раковського, Л. Тарасевича, С. Шейко, В. Шинкарук, Т. Шульца та інших.

В Україні питання маркетингового підходу в управлінні ретельно вивчаються такими вченими, як Г. Багієв, І. Бойко, А. Войчак, С. Гаркавенко, Є. Голубков, Т. Данько, В. Захожай, О. Луцій, М. Окландер, В. Онищенко, А. Павленко, В. Полторак, Г. Рогов, А. Старостіна та іншими. В світі створена теоретико-практична база робіт з даної проблематики. Серед зарубіжних авторів слід відзначити Д. Аакера, Т. Амблера, І. Ансоффа, Г. Армстронга, П. Діксона, П. Дракера, Ф. Котлера, Д. Мейкенза, М. Портера. Незважаючи на це, лише окремі роботи, що присвячені маркетингу послуг (М. Литвинова, В. Маркової, О. Панкрухіна, О. Песоцької, В. Уколова та інших), тільки підходять до маркетингових аспектів надання освітніх послуг.

Разом з тим у системі зовнішньоекономічних відносин недостатньо дослідженими залишаються питання маркетингової розбудови організаційно-економічного механізму конкурентних відносин країн на ринку послуг вищої освіти. Вищезазначене обумовило вибір теми дисертаційної роботи, постановку мети і задач дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами планами і темами.** Дисертаційна робота виконана згідно з планом науково-дослідних робіт ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» МОН України в межах науково-дослідної теми факультету міжнародної економіки та менеджменту «Ресурси і моделі глобального економічного розвитку» (номер державної реєстрації 0106U004357) – запропоновано шляхи удосконалення методологічних засад стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю системи вищої освіти України; науково-дослідної теми факультету маркетингу «Удосконалення маркетингової діяльності в умовах трансформаційної економіки» (номер державної реєстрації 0103U004765) – запропоновано впровадження маркетингового моніторингу вищої освіти з метою розробки маркетингових стратегій просування послуг вищої освіти на світовий, національний та регіональний ринки.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є теоретико-методологічне обґрунтування засад маркетингового дослідження світового ринку вищої освіти та розробка системи оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти.

Відповідно до мети були поставлені й вирішені такі завдання:

- узагальнити теоретичні засади сучасного розвитку світового господарства, виділити роль освітнього потенціалу в сучасній економіці знань;
- дослідити вплив глобалізаційних процесів та виділити особливості сучасного розвитку міжнародного ринку послуг вищої освіти;
- удосконалити операційні інструменти маркетингу в дослідженні міжнародного ринку вищої освіти;
- провести дослідження світового ринку вищої освіти, виділити провідні тенденції;
- систематизувати основні проблеми, пов'язані з формуванням підходів до дослідження світового ринку вищої освіти, та удосконалити механізм дослідження світового ринку послуг вищої освіти;
- розробити систему оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти;
- систематизувати принципи управління системами вищої освіти в країнах;
- запропонувати напрями удосконалення стратегічного управління вищою освітою України з урахуванням світового досвіду використання маркетингового підходу.

**Об'єктом дослідження** є світовий ринок вищої освіти та процеси, які на ньому відбуваються.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні та практичні підходи до вибору стратегічних напрямів розвитку вищої освіти в сучасних умовах становлення економіки знань та механізмів реалізації маркетингового підходу в

управлінні національними системами вищої освіти.

**Методи дослідження** ґрунтуються на опрацьованих автором положеннях економічної науки та методології. У процесі роботи використовувалися методи аналізу і синтезу – для висновків та розробки рекомендацій щодо розвитку світового ринку вищої освіти; емпіричні методи – при організації збору первинної інформації щодо світового ринку вищої освіти; економіко-статистичні методи та методи спостережень – при оцінці міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти.

Використано широке коло вітчизняних та зарубіжних наукових джерел. Інформаційною базою дисертаційного дослідження є матеріали Всесвітньої торгової організації, Всесвітнього економічного форуму, міжнародних комітетів ООН – ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ, Державного комітету статистики України, інформаційно-аналітичні бюлетені, ділова преса, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, практичних семінарів, тематичних презентацій та круглих столів, результати самостійно проведених маркетингових досліджень світового ринку вищої освіти.

**Наукова новизна одержаних результатів дисертаційної роботи** полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні засад маркетингового дослідження світового ринку вищої освіти та розробці системи оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти. Конкретні наукові результати, що характеризують наукову новизну проведеного дослідження й особистий внесок автора, полягають у наступному:

*Вперше:*

- розроблено систему оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти за допомогою маркетингового підходу, який ґрунтується на аналізі як кількісних, так і якісних характеристик ринку: кількість ВНЗ у країні на 100 000 осіб населення; чисельність зайнятого населення з вищою освітою в країні; зростання рівня оплати праці людей з вищою освітою; частка витрат на освіту від національного ВВП; частка іноземних студентів у загальній чисельності студентів країни; співвідношення експорту послуг вищої освіти з імпортом даних послуг; сукупний результат ВНЗ країни за академічним рейтингом світових університетів (Шанхайським рейтингом); Індекс розвитку людського потенціалу країни.

*Удосконалено:*

- визначення категорії «економіка знань» з метою виділення ролі знань та інформації в сучасних економічних відносинах, яке полягає у наступному: економіка знань – це новий тип розвитку економічних відносин, в якому знання виступають провідним фактором виробництва та невичерпним ресурсом для створення інновацій, при якому формується глобальний ринок знань, заснований на розширенні інформаційно-мережевої взаємодії суб'єктів господарювання і сприяючий довгостроковому соціально-економічному розвитку;

- механізм дослідження світового ринку вищої освіти за рахунок впровадження міжнародних маркетингових інформаційних систем суб'єктів світового ринку вищої освіти, в основу яких покладено створення міжнародного банку статистичних даних, національних центрів та регіональних відділів

моніторингу ринку, що дозволяє забезпечити більшу відкритість та доступність інформації про світовий ринок вищої освіти;

- систему стратегічного управління вищою освітою України, яка ґрунтується на широкомасштабному впровадженні маркетингового моніторингу. Провідна роль формування сучасного конкурентоспроможного ринку послуг вищої освіти у цій системі відведена навчальним закладам, а держава, в свою чергу, створює для цього необхідні інституціональні умови: нормативно-правове поле, фінансове забезпечення, соціальну політику.

*Отримало подальшого розвитку:*

- теоретичні засади дослідження світового ринку послуг вищої освіти, а саме визначено, що інтернаціоналізація вищої освіти – це процес систематичної інтеграції міжнародної складової в освітній системі країни, дослідження міжнародного ринку вищої освіти та суспільна діяльність вищих навчальних закладів в світогосподарській системі;

- типологізація категорії «моніторинг» в залежності від напрямку її застосування та за рахунок включення категорії «маркетинговий моніторинг вищої освіти», під яким розуміється систематичний і впорядкований збір та аналіз інформації щодо стану системи вищої освіти, змін в даній системі та її впливу на соціально-економічний розвиток країн з метою розробки маркетингових стратегій просування послуг вищої освіти на світовий, національний та регіональний ринки;

- систематизація принципів управління національними системами вищої освіти, які полягають у комплексному підході до поєднання та використання регулятивних можливостей всіх рівнів управління освітнім процесом, у поетапній реалізації завдань системи стратегічного управління вищою освітою, у використанні ресурсного підходу, який найбільш відповідає сучасним умовам фінансування вищої освіти.

**Практичне значення одержаних результатів.** На підставі результатів дослідження було розроблено систему оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти та удосконалено механізм стратегічного управління розвитком вищої освіти України, заснований на широкомасштабному застосуванні маркетингового підходу. Практична цінність результатів дослідження і розроблених автором підходів, пропозицій, рекомендацій та методик підтверджується довідками Управління зовнішніх зносин та зовнішньоекономічної діяльності Дніпропетровської обласної державної адміністрації (довідка № 275/10-13 від 18 грудня 2009 р.) – результати дослідження розвитку світового ринку вищої освіти та визначення основних факторів формування конкурентоспроможності національної системи вищої освіти використані для вирішення завдань поширення досвіду європейської інтеграції в рамках Програми реалізації державної стратегії євроінтеграції на регіональному рівні на 2005–2011 роки; ТОВ Living&Stone (довідка № 12/02-10 від 10 лютого 2010 р.) – запропонована система маркетингового моніторингу використовується у дослідженні ринку послуг вищої освіти; підприємства з іноземними інвестиціями Action Data Group (довідка № 08 від 29 квітня 2010 р.) – визначені критерії оцінки вищої освіти використовуються при проведенні

маркетингових досліджень та розробці заходів щодо поліпшення конкурентоспроможності навчальних заходів; Дніпропетровської міської ради (довідка № 7/12 – 472 від 6 травня 2010 р.) – визначені в дисертаційній роботі концептуальні основи формування економіки знань як одного з напрямів розвитку світової економічної парадигми і тенденцій зростання ролі системи освіти в сучасному глобалізаційному світі було використано в процесі створення та реалізації спільного соціального проекту Дніпропетровської міської ради і Дніпропетровського університету економіки та права «Університет третього віку». Основні наукові та практичні результати дисертаційної роботи було використано у навчальному процесі, зокрема під час розроблення методичних матеріалів та викладанні дисциплін «Міжнародна економіка», «Міжнародний маркетинг» та «Маркетингові дослідження» на кафедрі міжнародної економіки та економічної теорії і кафедри маркетингу Дніпропетровського університету економіки та права (довідка № 70/1 від 25 січня 2010 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційне дослідження є самостійно виконаною роботою; наукові результати, що викладені у дисертації й виносяться на захист, отримані автором особисто.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та результати виконаного дослідження пройшли апробацію на 12 міжнародних, всеукраїнських та міжвузівських науково-практичних конференціях, зокрема: II Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетинг освіти» (м. Дніпропетровськ, 20–21 квітня 2006 р.); X Міжнародній науково-практичній конференції «Фінанси України» (м. Дніпропетровськ, 12–13 травня 2006 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні інформаційні технології в економіці й управлінні підприємствами, програмами та проектами» (м. Алушта, 11–17 вересня 2006 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми наукових досліджень – 2007» (м. Дніпропетровськ, 15–30 червня 2007 р.); III Міжвузівській науково-практичній конференції молодих вчених та студентів «Євроінтеграційний вибір України та проблеми макроекономіки» (м. Дніпропетровськ, 13 грудня 2007 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції аспірантів, молодих учених та науковців «Проблеми та перспективи розвитку регіональної ринкової економіки» (м. Кременчук, 14–16 квітня 2008 р.); Міжнародній науковій конференції «Новітня цивілізація: проблеми становлення і трансформації» (м. Дніпропетровськ, 22–23 травня 2008 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Дні науки – 2008» (м. Запоріжжя, 23–24 жовтня 2008 р.); Міжнародному Нобелівському економічному форумі «Світова економіка XXI століття: цикли та кризи» (м. Дніпропетровськ, 21–23 травня 2009 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України» (м. Дніпропетровськ, 28–30 травня 2009 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Умови економічного росту в країнах ринкової економіки» (м. Переяслав-Хмельницький, 28–29 квітня 2010 р.); II Міжнародному Нобелівському економічному форумі «Світова економіка XXI століття: цикли та кризи» (м. Дніпропетровськ, 19–22 травня 2010 р.).

**Публікації.** Результати проведеного дослідження знайшли своє відображення у 22 наукових працях загальним обсягом 24,78 умов.-д.а., з яких особисто автору належить 7,98 умов.-д.а, у тому числі 9 наукових статей у фахових виданнях загальним обсягом 5,17 умов.-д.а, з яких особисто автору належить 5,04 умов.-д.а., 1 монографія загальним обсягом 17,67 умов.-д.а., з яких особисто автору належить 1,16 умов.-д.а.

**Структура та обсяг роботи.** Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Основна частина роботи викладена на 200 сторінках, вона містить 29 таблиць, 27 рисунків, 3 додатки. Список використаних джерел налічує 183 позиції.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У *вступі* обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету і задачі дослідження, його об'єкт і предмет, наукову новизну і практичне значення роботи.

У *першому розділі «Інтелектуалізація світогосподарського розвитку»* досліджено сучасний соціально-економічний розвиток світу, який характеризується посиленням ролі людини, її інтелектуального потенціалу – знання виступають одним із провідних факторів конкурентоспроможності національних економік.

Аналіз теорій і моделей розвитку світової економіки (класичної та неокласичної економічної теорії, концепції людського капіталу, теорії зростання соціально-економічного розвитку, інноваційної теорії економічного розвитку, концепції економіки знань) та поглядів вітчизняних і зарубіжних вчених (С. Бандури, Д. Белла, Н. Борецької, Є. Вільховченко, М. Гаузнера, А. Добриніна, П. Дракера, Г. Дилигенського, Л. Едвінсона, А. Задой, М. Іванова, В. Іноземцева, С. Курганського, Е. Лібанової, Б. Мільнера, В. Момота, А. Павленка, О. Палія, Т. Сакайя, В. Скуратівського, Т. Стюарта, О. Тоффлера, Р. Хейлбронера, Р. Цвильова, М. Янга та інших) дозволив зробити висновок, що серед багатьох наукових досліджень не склалось єдиної думки щодо категорії «економіка знань» та її складових. Автор дає власне визначення даної категорії, яке доповнює існуючі, водночас конкретизує роль знань та інформації в сучасних економічних відносинах: економіка знань – це новий тип розвитку економічних відносин, в якому знання виступають провідним фактором виробництва та невичерпним ресурсом для створення інновацій, при якому формується глобальний ринок знань, заснований на розширенні інформаційно-мережевої взаємодії суб'єктів господарювання і сприяючий довгостроковому соціально-економічному розвитку.

Інтелектуалізація відкриває можливості стати учасниками майбутнього технологічного прориву всім країнам, які прагнуть поповнити ряди лідерів світового науково-технічного прогресу, і навіть тим, які не завжди мають для цього ресурсні або природні передумови. Знання, що вплетені в організаційну структуру економіки країни, перетворюються на потужний фактор конкурентоспроможності.



Виділено особливості сучасного етапу розвитку економіки знань, серед яких виробництво, розподіл і використання знань складають основу економіки знань, а її інфраструктурою стає всесвітня інформаційна мережа.

Серед тенденцій розвитку світової економіки початку XXI століття необхідно виділити наступні: освіта стає «ключовою детермінантою» економічних результатів та потенціалу країн світу; відбувається глобалізація знань. Результати дослідницьких та наукових робіт швидко стають доступними у світовій економіці; збільшуються обсяги міжнародної торгівлі послугами з одночасним зростанням їх в загальному обсязі передачі знань.

Обґрунтовано, що особливістю сучасного розвитку вищої освіти є інтернаціоналізація та інтеграція, які посилюють формування регіональних тенденцій у сфері освіти, підвищення функцій етнічних мов у навчанні і вихованні, зростання питомої ваги етнокультурного компонента в змісті освіти тощо. Під інтернаціоналізацією вищої освіти розуміється процес систематичної інтеграції міжнародної складової в освітній системі країни, дослідження міжнародного ринку вищої освіти та суспільна діяльність вищих навчальних закладів у світогосподарській системі. Виділені основні форми інтернаціоналізації, серед яких мобільність студентів і викладачів, уніфікація програм навчання. Найвищою формою інтернаціоналізації вищої освіти виступає транснаціоналізація вищих навчальних закладів. Відзначено, що названі тенденції є характерними для всіх поліетнічних держав, таких як США, Великобританія, Іспанія, Індія, Росія, Україна та інших.

Доведено, що саме маркетинг і як наукове підґрунтя, і як операційний інструмент покликаний сформувати і реалізувати цілі країни щодо освіти, сприяючи тим самим прирощенню цінності людини. Обґрунтовано запровадження в термінологічний обіг поняття маркетингового моніторингу вищої освіти, під яким ми розуміємо систематичний і впорядкований збір та аналіз інформації щодо стану системи вищої освіти, змін в даній системі та її впливу на соціально-економічний розвиток країн з метою розробки маркетингових стратегій просування послуг вищої освіти на світовий, національний та регіональний ринки. Маркетинговий моніторинг системи вищої освіти може здійснюватись на різних рівнях: світовому (світовий ринок вищої освіти), національному (національні системи вищої освіти), регіональному (регіональні особливості розвитку вищої освіти), підприємницькому (освітній процес у вищих навчальних закладах).

*У другому розділі «Дослідження світового ринку послуг вищої освіти»* охарактеризовано критерії і показники дослідження світового ринку вищої освіти, проаналізовано сучасний етап розвитку світового ринку вищої освіти, досліджено фактори впливу на конкурентоспроможність суб'єктів ринку вищої освіти. Систематизація досліджень щодо оцінки розвитку вищої освіти в країнах світу дозволила зробити висновок, що зіставлення результатів існуючих освітніх систем та їх конкурентоспроможності на світовому ринку знань є актуальною методологічною проблемою, яка на сьогоднішній день ще не вирішена.

Різні підходи і методики було об'єднано за основними критеріями, які найчастіше зустрічаються у міжнародних дослідженнях: освітня діяльність;

якість освіти; науково-дослідна діяльність; рівень викладачів; забезпеченість ресурсами; міжнародна діяльність; конкурентоспроможність випускників на ринку праці; інтернет-аудиторія.

Доведено, що процеси глобалізації та інтеграції національних економік в світогосподарську систему зумовили появу й активний розвиток нової форми міжнародних економічних відносин у формі експорту-імпорту освітніх послуг. У прикладному аспекті саме інтернаціоналізація є розвитком експортно-імпортних операцій між країнами світу у сфері вищої освіти. Виділено чотири форми інтернаціоналізації освіти: міжнародна мобільність студентів, дистанційне навчання, відкриття філіалів за кордоном, обмін викладачами.

Дослідження світового ринку послуг вищої освіти дозволило виявити, що після 2001 року середній приріст студентів, які навчаються за межами своїх країн, складає понад 200 тис. осіб на рік, і за різними прогнозами наприкінці 2010 року кількість іноземних студентів у світі може збільшитись до 3,7–3,9 млн осіб. Загальна кількість студентів у світі може зрости з 97 млн в 2005 році до 260 млн осіб в 2025 році (рис. 1).

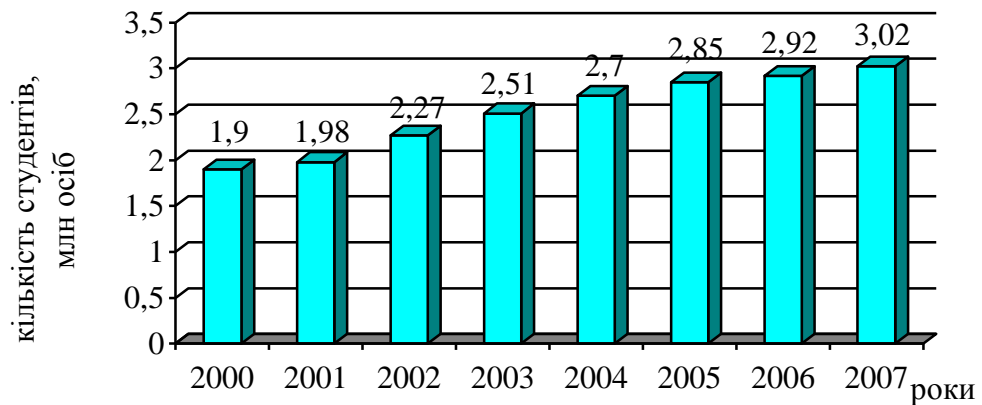


Рис. 1. Динаміка кількості студентів, які навчаються за межами своєї країни за період 2000–2007 рр., млн осіб

Держави у всьому світі усвідомлюють необхідність і вигоду експорту освіти. СОТ оцінює обсяг світового ринку освіти в межах 50–60 млрд дол. США. У деяких країнах прибуток від експорту освіти є одним з основних джерел доходу країни (рис.2).

На міжнародному ринку освітніх послуг основна частка (близько 70%) всіх іноземних студентів належить США, Великобританії, Німеччині, Франції, Австралії, Канаді та Японії. Серед країн, що розвиваються, спостерігається динамічне зростання участі у світовому ринку послуг вищої освіти (табл. 1).

Виявлено, що на розподіл потоків міграції студентів впливають наступні основні чинники: територіальна близькість держав-імпортерів і держав-експортерів один до одного; налагоджена система культурних та економічних зв'язків, зокрема, за рахунок колишніх колоніальних відносин; схожість мов і традицій; престижність, активна маркетингова політика; доступність та якість освіти.

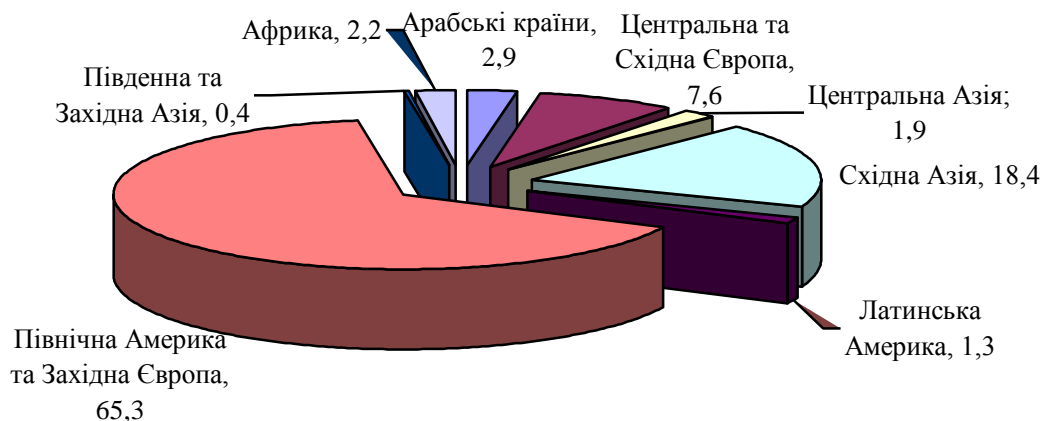


Рис. 2. Частка регіонів у загальній мобільності студентів країн світу, 2007 р., %

Дослідження показали, що аналогічно транснаціональним корпораціям, які успішно діють в різних галузях економіки, країни-лідери світового ринку послуг вищої освіти створили свої освітні ТНК. Оскільки підставами для зростання освітнього експорту паралельно з державною політикою окремих країн є і ринкові процеси (економічне зростання в країнах Азії сформувало величезний кадровий попит), то основними напрямками діяльності ТНК стали міжнародний маркетинг, просування національних освітніх послуг і оптимізація внутрішньодержавних зусиль. Сучасні освітні ТНК – це в основному неурядові організації з недержавним фінансуванням, але з могутньою державною підтримкою. Таких ТНК чимало: DAAD (Німеччина), British Council (Великобританія), CIMO (Фінляндія), IDP Education Australia (Австралія), EduFrance (Франція), NAFSA (США) та інші. Деякі з них займаються виключно освітою, а деякі захоплюють суміжні сфери – культуру і мистецтво.

Сформовано чотири основні групи чинників і цілей інтернаціоналізації вищої освіти: економічні, політичні, культурні і педагогічні. Перші тісно пов'язані з прямими фінансовими вигодами, наприклад, завдяки платі за навчання іноземних студентів. Ще важливішими є непрямі економічні вигоди, оскільки висока якість підготовки випускників вищої школи виявляється однією з умов економічного прогресу. Політичні чинники породжені геополітичними інтересами кожної країни. Культурні витікають перш за все з намірів популяризації національної культури і залучення до іншомовних культур. І нарешті, педагогічні чинники пов'язані з потребами модернізації вищої освіти.

Основні напрями інтернаціоналізації вищої освіти орієнтовані на: вдосконалення освіти за рахунок міжнародного досвіду; забезпечення зайнятості фахівців з вищою освітою на міжнародному ринку праці; формування у випускників вищих навчальних закладів якостей і знань, необхідних для функціонування за межами власної країни.

З проведеного аналізу зроблено висновок, що попри поширення глобалізації в освітньому просторі, інтенсифікацію інтернаціоналізації освітньої діяльності, ці процеси недостатньо представлені у світових рейтингах ВНЗ та майже не знайшли свого відображення в національних рейтингових системах. З

огляду на те, що названі процеси будуть підсилюватися, виникає гостра необхідність розробки системи моніторингу міжнародної діяльності ВНЗ та державних програм з активізації інтернаціоналізації національних систем вищої освіти.

Таблиця 1

## Провідні країни-експортери на світовому ринку послуг вищої освіти

№	Країна	Кількість іноземних студентів, осіб		Частка ринку, %	
		2006 р.	2007 р.	2006 р.	2007 р.
1	2	3	4	5	6
1.	США	572 509	584 814	21,6	21,2
2.	Великобританія	300 056	330 078	11,3	12,0
3.	Німеччина	260 314	259 797	9,8	9,4
4.	Франція	237 587	247 510	9,0	9,0
5.	Австралія	166 955	207 264	6,3	7,5
6.	Японія	117 903	130 124	4,5	4,7
7.	Російська Федерація	75 786	77 438	2,9	2,8
8.	Канада	132 982	75 546	5,0	2,7
9.	ПАР	49 979	53 738	1,9	2,0
10.	Італія	40 641	49 090	1,5	1,8
11.	Нова Зеландія	68 904	40 774	2,6	1,5
12.	Малайзія	30 407	40 029	1,2	1,5
13.	Австрія	33 707	39 329	1,3	1,4
14.	Китай	-	36 386	-	1,3
15.	Україна	-	29 614	-	1,1
16.	Нідерланди	21 259	27 037	0,8	1,0
17.	Швейцарія	35 705	28 016	1,4	1,0
18.	Куба	-	26 889	-	1,0
19.	Бельгія	44 304	24 854	1,7	0,9
20.	Швеція	36 458	21 315	1,4	0,8
21.	Корея	10 778	22 260	0,4	0,8
22.	Чехія	14 923	21 395	0,6	0,8
<b>Всього за 22 країнами</b>		<b>2 251 157</b>	<b>2 373 297</b>	<b>85,2</b>	<b>86,2</b>
<b>Загалом в світі</b>		<b>2 651 144</b>	<b>2 754 373</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

У третьому розділі «*Формування напрямів стратегічного управління розвитком системи вищої освіти країни в сучасних глобальних умовах*» визначено провідну роль маркетингу в розробці національних стратегій розвитку вищої освіти, запропоновано підхід до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів світового ринку вищої освіти, обґрунтовано напрями та перспективи розвитку системи вищої освіти України.

В процесі дослідження розвитку світового ринку вищої освіти зроблено висновок про необхідність впровадження системи маркетингового моніторингу, який треба розглядати як частину інтегрованого інформаційного процесу, що постійно діє, в загальносвітовому та загальнонаціональному масштабі.

Розроблено механізм реалізації маркетингового моніторингу та його структурні складові: від міжнародного координаційного центру до регіональних центрів маркетингового моніторингу. Основна діяльність центрів

маркетингового моніторингу вищої освіти має бути спрямована на проведення державних і недержавних національних досліджень; здійснення контролю за якістю освіти та встановлення її відповідності вимогам світових стандартів; аналіз одержаної статистичної інформації та визначення маркетингової стратегії розвитку системи вищої освіти у світі (рис. 3). Маркетинговий моніторинг забезпечує інформаційну стабільність, запобігає дефіциту інформації під час підготовки рекомендацій та прийняття управлінських рішень, підвищує їх обґрунтованість.

Зроблено висновок, що основні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності системи вищої освіти загалом не відрізняються від базових принципів аналізу конкурентного середовища будь-якої іншої галузі економіки.

Запропоновано маркетинговий підхід до оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти, який ґрунтується на аналізі як кількісних, так і якісних характеристик ринку: кількість ВНЗ у країні на 100 000 осіб населення; чисельність зайнятого населення з вищою освітою в країні; зростання рівня оплати праці людей з вищою освітою; частка витрат на освіту від національного ВВП; частка іноземних студентів в загальній чисельності студентів країни; співвідношення експорту послуг вищої освіти з імпортом даних послуг; сукупний результат ВНЗ країни за академічним рейтингом світових університетів (Шанхайським рейтингом); Індекс розвитку людського потенціалу країни. На основі визначених критеріїв було розроблено кваліметричну модель міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти:

$$f(K_j) = \sum (X_i \times k_i) \times \text{ІРЛП} \rightarrow \max, \quad (1)$$

де  $f(K_j)$  – функція міжнародної конкурентоспроможності національної системи вищої освіти країни  $j$ ;

$X_i$  – складовий показник міжнародної конкурентоспроможності національної системи вищої освіти країни  $j$ ,  $i = 1, 2, \dots, 8$ ;

$k_i$  – коефіцієнт вагомості складового показника міжнародної конкурентоспроможності системи вищої освіти країни  $j$ ,  $i = 1, 2, \dots, 8$ ;

ІРЛП – Індекс розвитку людського потенціалу. Максимальне значення даної функції буде дорівнювати 10, адже максимальне значення ІРЛП – 1.

Запропонована система оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти містить в собі масштабну інформаційну базу для розробки державних програм розвитку освітньої сфери, маркетингових стратегій навчальних закладів. Проведене дослідження світового ринку вищої освіти дозволило виділити лідерів ринку та визначити місце України на даному ринку (рис. 4).

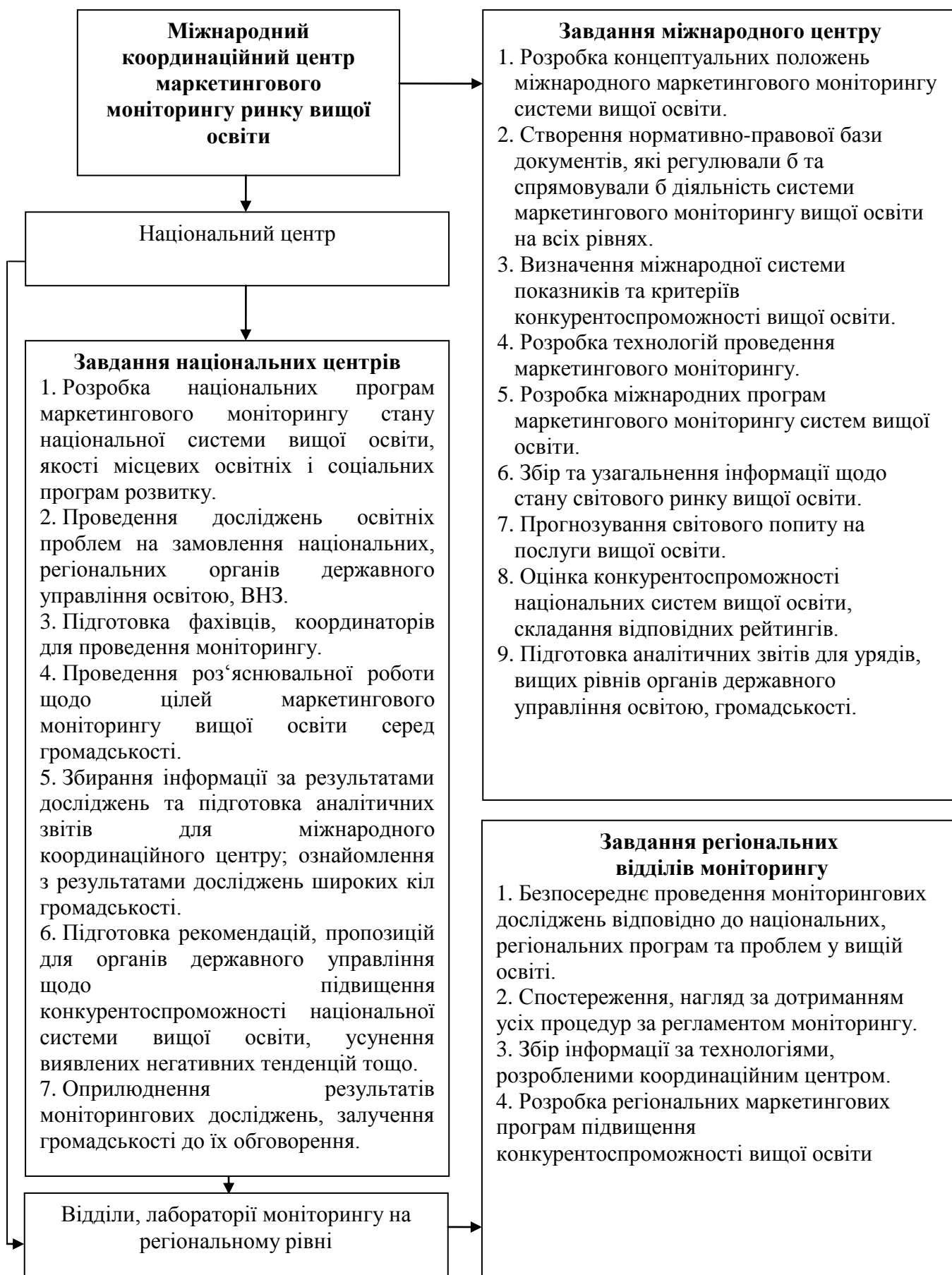


Рис. 3. Структура та основні завдання системи маркетингового моніторингу ринку вищої освіти на різних рівнях управління освітою

Україна лише за одним показником займає перше місце – чисельність зайнятих з вищою освітою найбільша серед аналізованих країн. Водночас за такими важливими показниками, як співвідношення між експортом та імпортом послуг вищої освіти і присутністю українських ВНЗ в міжнародному рейтингу, Україна займає останні місця. Разом з тим найближчий сусід України та основний конкурент для її системи вищої освіти – Росія – випереджає нашу державу за цими показниками.

Австралія, Франція та Великобританія підтверджують звання лідерів світового ринку послуг вищої освіти. У той же час США знаходиться приблизно в однаковому стані з Канадою, що говорить про наявні проблеми в даних країнах, особливо в міжнародній діяльності.

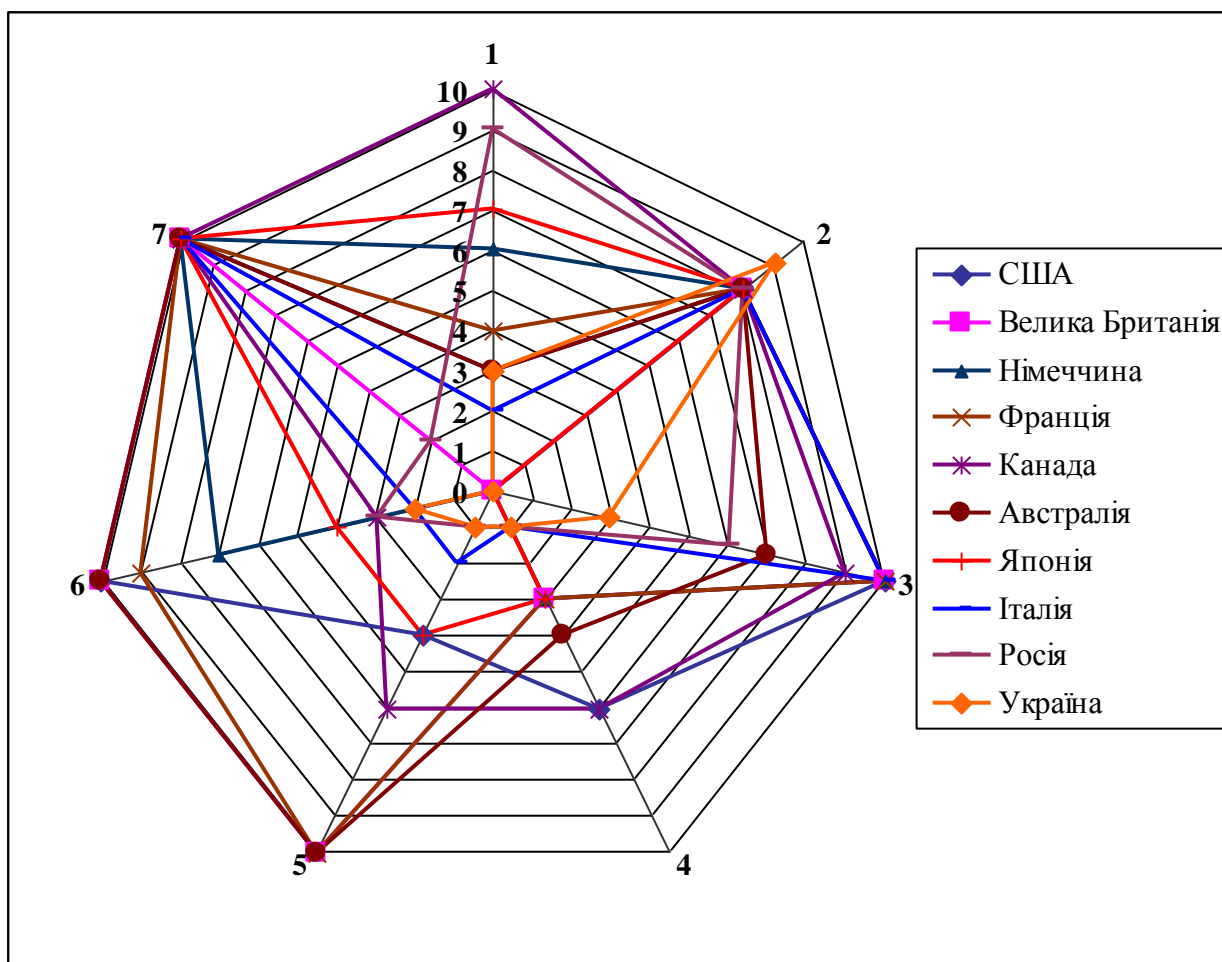


Рис. 4. Багатокутник міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти деяких країн світу

Обґрунтовано, що в основу управління національною системою вищої освіти України необхідно покласти нову стратегію, адаптовану до специфіки кожного підприємства та кон'юнктури ринку. Визначено, що формування стратегії доцільно здійснювати з урахуванням ієрархічності управління освітнім процесом: макрорівень – державне управління; мезорівень – регіональне управління, галузеве управління; мікрорівень – корпоративне управління.

Відмічено, що проблема підвищення міжнародної конкурентоспроможності системи вищої освіти України, її загострення на основі науково-технологічного відставання та фінансової кризи мають загальнодержавний характер. Поступове збільшення витрат на фінансування вищої освіти, збільшення чисельності іноземних студентів серед загальної студентської спільноти та зростання ВВП країни дозволять підвищити рівень міжнародної конкурентоспроможності системи вищої освіти України.

Серед основних проблем, які притаманні національній системі вищої освіти України, зазначено відсутність єдиного реального бачення стратегічної мети. Аналіз реалізації державних та регіональних стратегій показав їх декларативний характер і виводить на перший план основні проблеми вищої освіти. В зв'язку з цим була запропонована ієрархічна карта проблем вищої освіти, яка дозволяє розробити систему стратегічного управління на всіх рівнях здійснення освітньої діяльності.

Запропоновано систему стратегічного управління вищої освіти, яка ґрунтується на загальносистемних принципах. Система є збалансованою та зрозумілою для всіх учасників національного ринку вищої освіти. Особливості запропонованої системи полягають у комплексному підході до поєднання та використання регулятивних можливостей всіх рівнів управління освітнім процесом, у поетапній реалізації завдань системи стратегічного управління вищою освітою, у використанні ресурсного підходу, який найбільш відповідає сучасним умовам фінансування вищої освіти. (рис. 5).

Практична цінність розробленої системи стратегічного управління вищою освітою України полягає у тому, що вона забезпечує:

- комплексність і динамічну збалансованість елементів;
- розширену функціональність та галузь застосування;
- гнучкість та адаптацію до змін зовнішнього середовища за рахунок розбудови на різних ієрархічних рівнях;
- економічність і ефективність процесу за рахунок генерації та вибору управлінських рішень, адекватних умовам зовнішнього та внутрішнього середовища освітньої галузі;
- стратегічну збалансованість та інтегрованість мікроекономічних інтересів ВНЗ із загальногалузевими та загальнодержавними інтересами, що підвищує можливості усталеного функціонування навчального закладу.

Зазначено, що ефект застосування системи стратегічного управління необхідно розглядати як результативні показники конкурентної діяльності керованої системи в цілому, тобто показники освітньої діяльності, досягнуті системою освіти за час впровадження системи управління (підвищення окремих показників міжнародної конкурентоспроможності національної системи вищої освіти).



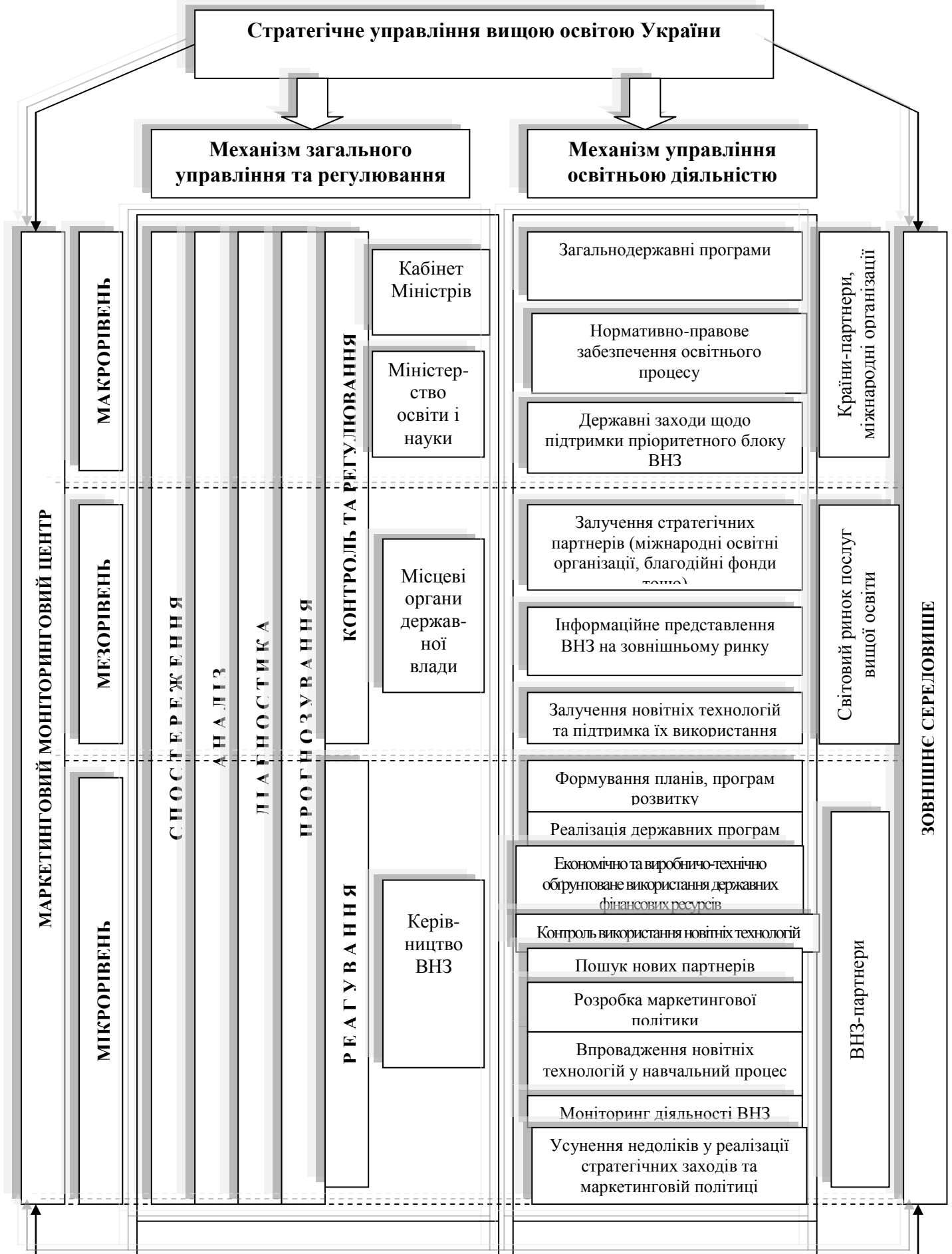


Рис. 5. Система стратегічного управління вищою освітою України

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі вирішено важливу наукову задачу теоретико-методологічного обґрунтування засад маркетингового дослідження світового ринку вищої освіти й розробки системи оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти.

1. В результаті дослідження впливу глобалізації на світовий ринок послуг освіти доведено, що інтернаціоналізація та інтеграція є особливістю сучасного розвитку вищої освіти. Інтернаціоналізація вищої освіти – це процес систематичної інтеграції міжнародної складової в освітній системі країни, дослідження міжнародного ринку вищої освіти та суспільна діяльність вищих навчальних закладів в світогосподарській системі. Зазначено, що найвищою формою інтернаціоналізації вищої освіти виступає транснаціоналізація вищих навчальних закладів.

2. На основі дослідження теоретичних засад розвитку економіки знань у сучасному глобалізованому світі доведено, що серед науковців не склалось єдиної думки щодо власне самої категорії «економіка знань» та її складових. Автор дає власну характеристику цієї категорії, яка доповнює існуючі, водночас конкретизує роль знань та інформації в сучасних економічних відносинах: економіка знань – це новий тип розвитку економічних відносин, в якому знання виступають провідним фактором виробництва та невичерпним ресурсом для створення інновацій, при якому формується глобальний ринок знань, заснований на розширенні інформаційно-мережевої взаємодії суб'єктів господарювання і сприяючий довгостроковому соціально-економічному розвитку.

3. Доведено, що саме маркетинг і як наукове підґрунтя, і як операційний інструмент покликаний сформувати і реалізувати цілі країни щодо освіти, сприяючи тим самим прирощенню цінності людини. Розвинуто типологізацію категорії «моніторинг» в залежності від напряму його застосування та за рахунок включення категорії «маркетинговий моніторинг вищої освіти», під яким розуміються систематичний та впорядкований збір та аналіз інформації щодо стану системи вищої освіти, змін у цій системі та її впливу на соціально-економічний розвиток країн з метою розробки маркетингових стратегій просування послуг вищої освіти на світовий, національний та регіональний ринки.

4. Обґрунтовано, що на розподіл потоків міграції студентів впливають наступні основні чинники: територіальна близькість держав-імпортерів і держав-експортерів один до одного; налагоджена система культурних та економічних зв'язків, зокрема за рахунок колишніх колоніальних відносин; схожість мов і традицій; престижність, активна маркетингова політика; доступність і висока якість освіти. Основними напрямками підвищення міжнародної привабливості ВНЗ країн-експортерів є: якість та доступ до освіти, маркетинг освіти. Найбільша частка мобільності в студентських колах належить країнам Північної Америки та Західної Європи. На міжнародному ринку освітніх послуг основна частка (близько 70%) всіх іноземних студентів доводиться на США, Великобританію, Німеччину, Францію, Австралію, Канаду і Японію. Визначено,

що найбільшим попитом користуються економічні та юридичні напрями підготовки, далі йдуть інженерні та медичні спеціальності, спеціальності, пов'язані з культурою та мистецтвом.

5. Зроблено висновок про необхідність удосконалення системи збору та аналізу інформації щодо розвитку світового ринку послуг вищої освіти на основі створення системи міжнародного маркетингового моніторингу. Основною метою такої системи є підвищення ефективності діяльності вищих навчальних закладів в умовах глобалізації світового ринку вищої освіти; виділені функції і завдання такого моніторингу, які забезпечать науковий підхід в управлінні освітнім процесом. Система міжнародного маркетингового моніторингу дозволить забезпечити поєднання зусиль окремих країн-учасників світового ринку вищої освіти у дослідженні даного ринку. Розроблено структуру міжнародних маркетингових інформаційних систем суб'єктів світового ринку вищої освіти, в основу якої покладено створення міжнародного банку статистичних даних, національних центрів та регіональних відділів моніторингу ринку, що дозволяє забезпечити більшу відкритість та доступність інформації про світовий ринок вищої освіти.

6. Розроблено систему оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти за допомогою маркетингового підходу, який ґрунтується на аналізі як кількісних, так і якісних характеристик ринку: кількість ВНЗ у країні на 100 000 осіб населення; чисельність зайнятого населення з вищою освітою в країні; зростання рівня оплати праці людей з вищою освітою; частка витрат на освіту від національного ВВП; частка іноземних студентів в загальній чисельності студентів країни; співвідношення експорту послуг вищої освіти з імпортом даних послуг; сукупний результат ВНЗ країни за академічним рейтингом світових університетів (Шанхайським рейтингом); Індекс розвитку людського потенціалу країни.

7. Систематизовано принципи стратегічного управління національною системою вищої освіти, які полягають у комплексному підході до поєднання та використання регулятивних можливостей всіх рівнів управління освітнім процесом, у поетапній реалізації завдань системи стратегічного управління вищою освітою, у використанні ресурсного підходу, який найбільш відповідає сучасним умовам фінансування вищої освіти.

8. Удосконалено систему стратегічного управління вищою освітою України, яка ґрунтується на широкомасштабному впровадженні маркетингового моніторингу. Провідна роль формування сучасного конкурентоспроможного ринку послуг вищої освіти у цій системі відведена навчальним закладам, а держава, в свою чергу, створює для цього необхідні інституціональні умови: нормативно-правове поле, фінансове забезпечення, соціальну політику.

## ПУБЛІКАЦІЇ АВТОРА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Публікації у наукових фахових виданнях:*

1. Красовская Е. Ю. Актуальность проведения маркетинговых исследований рынка образовательных услуг Украины / Е. Ю. Красовская // Академічний огляд. – 2002. – № 1. – С. 117–120 (0,4 д. а.).
2. Красовская Е. Ю. Прогнозирование спроса на рынке образовательных услуг / Е. Ю. Красовская // Академічний огляд. – 2003. – № 2. – С. 79–83 (0,43 д. а.).
3. Красовская Е. Ю. Рынок высшего образования и рынок труда: особенности взаимодействия и перспективы развития / И. В. Тараненко, Е. Ю. Красовская // Науковий вісник Національного гірничого університету. – 2006. – № 4. – С. 96–100 (0,4 д. а./0,27 д. а.).  
*Особистий внесок здобувача:* Визначено особливості взаємодії ринку вищої освіти та ринку праці; обґрунтовано необхідність моніторингу ринку в контексті розвитку української економіки.
4. Красовская Е. Ю. Методологические вопросы прогнозирования спроса на рынке образовательных услуг / Е. Ю. Красовская // Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – 2007. – Вип. 228. – Т. II. – С. 476–482 (0,5 д. а.).
5. Красовська О. Ю. Моделі маркетингу послуг в системі управління сервісними організаціями / О. Ю. Красовська // Європейський вектор економічного розвитку. – 2009. – Вип. 1 (6). – С. 52–58 (0,63 д. а.).
6. Красовська О. Ю. Знання як сучасна тенденція світогосподарського розвитку / О. Ю. Красовська // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2010. – № 2. – С. 108–114 (0,7 д. а.).
7. Красовська О. Ю. Дослідження розвитку світового ринку вищої освіти в сучасних глобальних умовах / О. Ю. Красовська // Економічний вісник університету: збірник наукових праць учених та аспірантів. – 2010. – Спеціальний випуск. – Т. 2. – С. 42–48 (0,5 д. а.).
8. Красовська О. Ю. Рейтинги вищих навчальних закладів як інструмент оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних освітніх систем / О. Ю. Красовська // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – № 1 (3). – Т. 2– С. 161–170 (0,81 д. а.).
9. Красовська О. Ю. Міжнародна конкурентоспроможність національних систем вищої освіти в сучасній економіці знань / О. Ю. Красовська // Академічний огляд. – 2010. – № 1 (32). – С. 127–135 (0,8 д. а.).

### *Публікації в інших виданнях:*

10. Горячева Е. Ю. (Красовская Е. Ю.) Маркетинг образовательных услуг / Е. Ю. Горячева // Системний підхід до ринкової трансформації економіки України: Матеріали IV міжвузівської студентської науково-практичної конференції, 16–27 травня 2000 р. – Дніпропетровськ : ДАУБП, 2000. – С. 44–46 (0,2 д. а.).

11. Goryacheva E. (Krasovskaya E.) Educational Services Marketing: Pressing Necessity of Market Research / E. Goryacheva. // Modern Approaches to the Problems of Economics and Law: Contributions of Regional Student Scientific Conference. – Dnepropetrovsk. – 2001. – P. 8–9 (0,12 д. а.).
12. Красовская Е. Ю. Маркетинг в деятельности государственных и негосударственных вузов / Е. Ю. Красовская // Проблемы економіки транспорту: III Міжнародна наукова конференція. Тези доповідей. – Дніпропетровськ. – 2003. – С. 19–20 (0,12 д. а.).
13. Красовська О. Ю. Фінансові аспекти розбудови вищої освіти в контексті європейської інтеграції / О. Ю. Красовська // Фінанси України: Матеріали 10-ї Міжнародної науково-практичної конференції: м. Дніпропетровськ, 12–13 травня 2006 р. – Збірка наукових праць. Дніпропетровськ. – 2006. – С. 65–66 (0,12 д. а.).
14. Красовська О. Ю. Модернізація освіти та підвищення якості підготовки фахівців: потенціал недержавних навчальних закладів / І. В. Тараненко, О. Ю. Красовська // Сучасні інформаційні технології в економіці й управлінні підприємствами, програмами та проектами: IV Міжнародна науково-практична конференція. Тези доповідей. – Харків: Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». – 2006. – С. 142–143 (0,12 д. а./0,05 д. а.).
15. Красовская Е. Ю. Маркетинговые исследования в деятельности образовательных организаций / Е. Ю. Красовская // Материалы III Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы научных исследований – 2007» – Том 1. Економічні науки. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2007. – С. 82–85 (0,2 д. а.).
16. Красовська О. Ю. Роль проектів TEMPUS в механізмі забезпечення конкурентоспроможності регіону / І. В. Тараненко, О. В. Дашевська, О. Ю. Красовська // Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ : Національний гірничий університет, 28–30 травня 2009. – Т. 3. – С. 186–187 (0,12 д. а. / 0,05 д. а.).
17. Красовська О. Ю. Система вищої освіти України в контексті євроінтеграційних процесів / О. Ю. Красовська // Євроінтеграційний вибір України та проблеми макроекономіки: Тези III міжвузівської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів / Дніпропетровськ, 13 грудня 2007 р. – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2007. – С. 74–76 (0,2 д. а.).
18. Красовська О. Ю. Дослідження маркетингового середовища підприємств сфери послуг / О. Ю. Красовська // Проблеми та перспективи розвитку регіональної ринкової економіки: Збірник тез III Міжнародної науково-практичної конференції аспірантів, молодих учених та науковців / КІ ДУЕП – Кременчук, 2008. – С. 124–126 (0,2 д. а.).
19. Красовська О. Ю. Формування інформаційного суспільства як передумова проведення маркетингових досліджень освітнього ринку / О. Ю. Красовська // Новітня цивілізація: проблеми становлення і трансформації:

- Матеріали Міжнародної наукової конференції / Дніпропетровськ, 22–23 травня 2008 р. – Дніпропетровськ : ДУЕП. – 2008. – С. 57–58 (0,12 д. а.).
20. Красовська О. Ю. Маркетинговий аспект в управлінні організаціями невиробничої сфери / О. Ю. Красовська // Дні науки – 2008: Зб. тез доповідей: в 3 т. / Класичний приватний університет, 23–24 жовтня 2008 р. – Запоріжжя : КПУ. – 2008. – Т.1. – С. 274–276. (0,2 д. а.).
21. Красовська О. Ю. Еволюція дефініцій соціального маркетингу в контексті соціально-економічного розвитку суспільства / О. Ю. Красовська // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2009. – № 1 (2). – С. 114–116. (0,2 д. а.).
22. Красовська О. Ю. Маркетингові стратегії розвитку та конкурентоспроможності соціально-економічних систем в умовах глобалізації: монографія / І.В. Тараненко та ін. / за ред. І.В. Тараненко. – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2010. – 304 с. (17,67 д. а./1,16 д. а.).  
*Особистий внесок здобувача:* Розділ 9. Маркетингові дослідження ринку освітніх послуг як складова системи засобів підвищення конкурентоспроможності регіону. (С. 198–217).

## АНОТАЦІЯ

**Красовська О.Ю. Розвиток світового ринку вищої освіти.** – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Дніпропетровський університет економіки та права. – Дніпропетровськ, 2010.

Дисертацію присвячено теоретико-методологічним засадам маркетингового дослідження світового ринку вищої освіти та розробці системи оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти.

В роботі розглядаються особливості сучасного етапу світогосподарського розвитку. Обґрунтовано необхідність використання маркетингу в умовах глобалізації та інтернаціоналізації вищої освіти. Проведено дослідження світового ринку вищої освіти. Запропоновано створення системи міжнародного маркетингового моніторингу для підвищення ефективності діяльності ВНЗ в умовах глобалізації.

Розроблено систему оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних систем вищої освіти за допомогою маркетингового підходу, який ґрунтується на аналізі як кількісних, так і якісних характеристик ринку: кількість ВНЗ у країні на 100 000 осіб населення; чисельність зайнятого населення з вищою освітою в країні; зростання рівня оплати праці людей з вищою освітою; частка витрат на освіту від національного ВВП; частка іноземних студентів в загальній чисельності студентів країни; співвідношення експорту послуг вищої освіти з імпортом даних послуг; сукупний результат ВНЗ країни за академічним рейтингом світових університетів (Шанхайським рейтингом); Індекс розвитку людського потенціалу країни.

Систематизовано принципи стратегічного управління національною

системою вищої освіти. Удосконалено систему стратегічного управління вищою освітою України, яка ґрунтується на широкомасштабному впровадженні маркетингового моніторингу.

**Ключові слова:** економіка знань, інтернаціоналізація вищої освіти, маркетинговий моніторинг, міжнародний ринок освітніх послуг, дослідження ринку, міжнародна конкурентоспроможність національних систем вищої освіти, система стратегічного управління національною системою вищої освіти.

## АННОТАЦІЯ

**Красовская Е.Ю. Развитие мирового рынка высшего образования. –** Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 – мировое хозяйство и международные экономические отношения. – Днепропетровский университет экономики и права. – Днепропетровск, 2010.

Диссертация посвящена теоретико-методологическим основам маркетингового исследования мирового рынка высшего образования и разработке системы оценки международной конкурентоспособности национальных систем высшего образования.

В работе рассматриваются особенности современного этапа развития мирового хозяйства. В результате исследования теоретических основ развития экономики знаний выявлено отсутствие единого понимания этой категории и предложена авторская формулировка категории «экономика знаний». Обоснована необходимость использования маркетинга в условиях глобализации и интернационализации высшего образования.

Проведено масштабное исследование мирового рынка высшего образования. В процессе исследования выявлены основные факторы, влияющие на миграционные потоки студентов, направления экспортно-импортных операций мирового рынка высшего образования. Автором предложено создание системы международного маркетингового мониторинга для повышения эффективности деятельности ВУЗов в условиях глобализации.

Разработана система оценки международной конкурентоспособности национальных систем высшего образования, основанная на маркетинговом подходе. Предложенная система оценки предполагает анализ качественных и количественных характеристик рынка: количество ВУЗов на 100 000 чел. населения; численность занятого населения с высшим образованием в стране; рост уровня оплаты труда людей с высшим образованием; доля затрат на образование от национального ВВП; доля иностранных студентов в общей численности студентов в стране; соотношение объемов экспорта и импорта услуг высшего образования; суммарный результат ВУЗов страны в академическом рейтинге мировых университетов (Шанхайском рейтинге); Индекс развития человеческого потенциала страны.

Систематизированы принципы стратегического управления национальной системой высшего образования, которые предполагают комплексный подход к

использованию регулятивных возможностей всех уровней управления образовательным процессом, поэтапную реализацию задач системы стратегического управления высшим образованием, ресурсный подход, соответствующий современным условиям финансирования высшего образования. Усовершенствована система стратегического управления высшим образованием Украины, которая основывается на широкомасштабном внедрении маркетингового мониторинга.

**Ключевые слова:** экономика знаний, интернационализация высшего образования, маркетинговый мониторинг, международный рынок образовательных услуг, исследование рынка, международная конкурентоспособность национальных систем высшего образования, система стратегического управления национальной системой высшего образования.

## SUMMARY

### **Krasovs'ka O.Yu. The development of the world's higher education market.**

–The manuscript.

The thesis for scientific degree of candidate of economic sciences in specialty 08.00.02 – world economy and international economic relations. – Dnipropetrovsk University of Economics and Law. – Dnipropetrovs'k, 2010.

The thesis is devoted to the theoretical and methodological backgrounds of the world higher education market research and to the assessment tool development for international competitiveness of national higher education systems.

The current features of the world economy development are researched in the thesis. As a result of the investigation in the theoretical backgrounds of knowledge economy development, the absence of the single category understanding was determined and a new description of «knowledge economy» was offered by the author. The necessity of the marketing use was grounded under the circumstances of higher education globalization and internationalization.

A wide-ranged research of the higher education world market was conducted within the frameworks of the thesis. Basic features, influencing the migratory students streams, as well as the directions of export-import operations of world higher education market are exposed in the process of research. The author offered the international marketing monitoring system development for the increase in efficacy of higher education institutions activity under the globalization.

The assessment tool, based on marketing approach, was developed for assessment of international competitiveness of national higher education systems. The offered system of evaluation includes the analysis of qualitative and quantitative market characteristics: the number of higher educational establishments pro 100,000 capita; number of population involved in the higher educational sector; overall income growth among people with higher educational establishment degrees; part of expenses for education in GDP; percentage of foreign students among all the students in the country; relation of export/import operations of world higher education market; total rank in the Shanghai-based Academic Rating of World Universities; The Human Development Index (HDI) of the country.



Principles of strategic management of the national higher educational system were reduced to a system, which includes: a complex approach to the use of regulatory possibilities of all of levels of educational process control; by-stage realization of the system tasks of strategic higher education management; resource approach, which corresponds to the modern terms of higher education financing. The system of strategic higher education management in Ukraine was improved, which was based on wide marketing monitoring introduction.

**Keywords:** knowledge economy, internationalization of higher education, market monitoring, international market of educational services, market research, international competitiveness of national higher education systems, system of strategic national higher education system management.